



**COMUNE DI CASTELLANA GROTTI**  
Provincia di Bari

# **REGOLAMENTO**

**PER LA DISCIPLINA E**

**LA GESTIONE DELLE SPONSORIZZAZIONI**

## **Articolo 1 – Oggetto**

1. Le norme del presente Regolamento costituiscono la disciplina generale per la realizzazione di rapporti di sponsorizzazione ed accordi di collaborazione con terzi, relativi allo svolgimento di attività ed iniziative promosse, organizzate o gestite dal Comune di Castellana Grotte.
2. Il Regolamento viene adottato in sostanziale attuazione delle previsioni generali di cui all'art. 43 della Legge n. 449 del 27 dicembre 1997, all'art. 119 del D.Lgs. n. 267 del 18 agosto 2000 (Testo Unico degli Enti Locali) e successive modificazioni ed integrazioni, comprese le limitazioni di cui dell'art. 6, commi 8 e 9 del D.Lgs. n. 78/2010 convertito in Legge n. 122 del 30 luglio 2010.

## **Articolo 2 – Finalità**

1. Il presente regolamento si prefigge lo scopo di realizzare le condizioni e gli strumenti normativi necessari per una corretta gestione dei contratti di sponsorizzazione nel rispetto di criteri di efficienza, efficacia e trasparenza.
2. Le iniziative di sponsorizzazione devono tendere a favorire l'innovazione della organizzazione e a realizzare maggiori economie, nonché una migliore qualità dei servizi erogati.

## **Articolo 3 – Contenuti e destinatari**

1. I contratti di sponsorizzazione di cui al presente regolamento, comportano solo entrate per il Comune, non rientrano nel divieto di cui all'art. 6 comma 9 del d.l. 78/2012, e possono essere conclusi con soggetti privati e/o associazioni senza fini di lucro, per realizzare o acquisire interventi, servizi, prestazioni, beni o attività inseriti nei programmi di spesa ordinari, con finanziamento a carico del bilancio dell'ente.  
Il risultato della sponsorizzazione concretizza la realizzazione di una economia di bilancio, rispetto alla previsione di spesa, in relazione alla totale o parziale acquisizione, senza oneri per l'Ente, del previsto risultato da parte dello sponsor.

## **Articolo 4 – Definizioni**

1. Ai fini della presente disciplina si intende:
  - a) per "contratto di sponsorizzazione": un contratto mediante il quale il Comune (sponsee) offre, nell'ambito delle proprie iniziative, ad un terzo (sponsor), che si obbliga a fornire a titolo gratuito una predeterminata prestazione, la possibilità di pubblicizzare la propria ragione sociale in appositi e predefiniti spazi pubblicitari;
  - b) per "sponsorizzazione": ogni contributo in denaro o in beni, servizi, prestazioni o interventi provenienti da terzi, a titolo gratuito, allo scopo di promuovere il proprio nome, marchio, attività, prodotti, etc, ovvero conseguire una proiezione positiva di ritorno e quindi un beneficio di immagine;
  - c) per "sponsor": il soggetto privato (persona fisica o giuridica) che intende stipulare un contratto di sponsorizzazione con il Comune;
  - d) per "sponsee" il soggetto sponsorizzato, vale a dire l'Amministrazione comunale;

e) per “spazio pubblicitario”: lo spazio materiale o qualsiasi altra particolare modalità che il Comune mette a disposizione per la pubblicità dello sponsor.

## **Articolo 5 – Procedura di sponsorizzazione e scelta dello sponsor**

1. La scelta dello sponsor è effettuata mediante selezione ad evidenza pubblica, preceduta dalla pubblicazione di apposito avviso o mediante procedura negoziata.
2. Se viene utilizzata la modalità ad evidenza pubblica, all'avviso di sponsorizzazione è data pubblicità mediante pubblicazione all'albo pretorio on line, inserimento nel sito internet istituzionale dell'Ente, e/o in altre forme di comunicazione, anche dirette, ritenute di volta in volta più convenienti per una maggiore conoscenza e partecipazione.
3. L'avviso deve contenere, in particolare, i seguenti dati:
  - a) l'iniziativa in occasione delle quali è riservato lo spazio pubblicitario;
  - b) l'oggetto della sponsorizzazione e i conseguenti obblighi dello sponsor, secondo i contenuti dello specifico “capitolato”;
  - c) l'esatta determinazione dell'offerta per lo spazio pubblicitario;
  - d) la durata dell'offerta per lo spazio pubblicitario;
  - e) le modalità e i termini di presentazione dell'offerta di sponsorizzazione;
  - f) i criteri di scelta nel caso siano state presentate più offerte per la medesima iniziativa.
4. L'offerta deve essere presentata in forma scritta e, di regola, indica:
  - a) il bene, il servizio, l'attività o la prestazione che si intende sponsorizzare;
  - b) il corrispettivo della sponsorizzazione;
  - c) l'accettazione delle condizioni previste nel capitolato.
5. L'offerta deve essere accompagnata dalle seguenti autocertificazioni attestanti:
  - a) per le persone fisiche:
    - l'inesistenza delle condizioni ostative a contrattare con la pubblica amministrazione, di cui agli artt. 120 e seguenti della legge 24.11.1981, n. 689, e di ogni altra situazione considerata dalla legge pregiudizievole o limitativa della capacità contrattuale;
    - l'inesistenza di impedimenti derivanti dalla sottoposizione e misure cautelari antimafia;
    - l'inesistenza di procedure concorsuali o fallimentari (solo se imprese);
    - la non appartenenza ad organizzazioni di natura politica, sindacale o religiosa;
  - b) per le persone giuridiche:
    - oltre alle autocertificazioni sopra elencate riferite ai soggetti muniti di potere di rappresentanza, deve essere attestato il nominativo del legale rappresentante o dei legali rappresentanti.
6. L'offerta deve inoltre contenere l'impegno ad assumere tutte le responsabilità e gli adempimenti inerenti e conseguenti al messaggio pubblicitario e alle relative autorizzazioni.
7. Le offerte di sponsorizzazione sono valutate dal Responsabile del Settore che organizza l'iniziativa o l'evento, nel rispetto dei criteri definiti nel capitolato.
8. Il contratto di sponsorizzazione è sottoscritto dallo sponsor e dal Responsabile del Settore che organizza l'iniziativa o l'evento; con il contratto di sponsorizzazione viene anche autorizzata l'utilizzazione dello “spazio pubblicitario” espressamente indicato nel capitolato.

## **Articolo 6 – Individuazione delle iniziative di sponsorizzazione**

1. Le iniziative di sponsorizzazione vengono prioritariamente individuate nell'ambito degli obiettivi del PEG assegnati al Responsabile del Settore. In alternativa, nel corso dell'anno, la Giunta comunale può formulare indirizzi specifici ai Responsabili di Settore per l'attivazione di iniziative di sponsorizzazione in base alla presente regolamentazione.
2. Il ricorso al finanziamento attraverso le sponsorizzazioni può riguardare tutte le iniziative, i progetti e le attività del comune, compresi gli eventi a rilevanza artistica, culturale, sportiva o di spettacolo promossi, gestiti o organizzati dal Comune, sia direttamente che indirettamente, e previsti nel Bilancio di previsione dell'Ente.

## **Articolo 7 - Contratto di sponsorizzazione**

1. La gestione della sponsorizzazione viene regolata mediante sottoscrizione di un apposito contratto nel quale sono, in particolare, stabiliti:
  - a) la qualificazione delle parti contraenti;
  - b) l'oggetto del contratto;
  - c) la durata del contratto;
  - d) l'indicazione analitica degli impegni assunti dallo sponsor;
  - e) la definizione dei rapporti tra il soggetto sponsor e l'Ente;
  - f) le modalità di controllo dell'Ente;
  - g) l'indicazione degli eventuali spazi o forme pubblicitarie consentiti allo sponsor;
  - h) la definizione degli aspetti fiscali;
  - i) la responsabilità dello sponsor;
  - j) le cause e modalità di revoca del contratto;
  - k) il divieto di cessione contrattuale;
  - l) la clausola di tutela rispetto alle eventuali inadempienze.
  - m) eventuale rinvio a norme diverse.

## **Articolo 8 - Beni e servizi di modesta entità**

1. Il responsabile di settore interessato, si riserva la facoltà di aderire alle proposte spontanee di sponsorizzazioni, quando il contenuto dei beni o servizi offerti sia quantificabile nella misura massima di € 5.000,00 (rispettando l'ordine di arrivo al protocollo comunale in assenza di avviso pubblico) .
2. Nei casi di cui al precedente comma il contratto si perfeziona con l'accettazione della proposta senza altre formalità che la forma scritta.
3. Tutte le sponsorizzazioni di modesta entità saranno inserite in apposito elenco pubblico disponibile sul sito comunale

## **Articolo 9 - Diritto di rifiuto delle sponsorizzazioni**

1. Il responsabile di settore interessato si riserva motivatamente di rifiutare la sponsorizzazione qualora:
  - a) ritenga che possa derivare un conflitto di interesse tra l'attività pubblica e quella privata;

- b) ravvisi nel messaggio pubblicitario un possibile pregiudizio o danno alla sua immagine o alle proprie iniziative;
  - c) sia in corso con l'offerente una controversia legale;
  - d) la reputi inaccettabile per motivi di opportunità generale.
2. Sono in ogni caso escluse le sponsorizzazioni riguardanti:
- a) la propaganda di natura politica, sindacale o religiosa;
  - b) la pubblicità diretta o collegata alla produzione o distribuzione di tabacco, prodotti alcolici, armi, materiale pornografico o a sfondo sessuale;
  - c) messaggi offensivi, incluse le espressioni di fanatismo, razzismo, odio o minaccia.

### **Articolo 10 - Utilizzo dei risparmi di spesa derivanti dalle sponsorizzazioni**

1. Le somme previste nei capitoli interessati alla sponsorizzazione che risultano non utilizzate a seguito della stipula del relativo contratto, sono considerati risparmi di spesa;
2. I risparmi di spesa di cui al punto 1 possono essere utilizzati per le seguenti finalità:
  - a) implementazione del fondo per lo sviluppo delle risorse umane e per la produttività di cui all'art. 15 del CCNL del 1.4.1999 (previa verifica del responsabile personale in merito alla coerenza tra servizi offerti e maggiori risultati ottenuti)
  - b) finanziamento di altre iniziative istituzionali secondo le indicazioni del bilancio.
3. L'assegnazione della quota di risorse a favore del fondo per lo sviluppo delle risorse umane sarà stabilita, di volta in volta, dalla Giunta Comunale contestualmente alla deliberazione di indirizzo per l'avvio dell'iniziativa della sponsorizzazione e nel rispetto dei limiti previsti dalla normativa di settore in relazione alle spese di personale;
4. La ripartizione agli interessati dei proventi così assegnati sarà effettuata sulla base dei criteri da concertare con le OO.SS. in sede decentrata.

### **Articolo 11 - Trattamento dei dati personali**

1. I dati personali raccolti in applicazione del presente regolamento saranno trattati esclusivamente per le finalità dallo stesso previste;
2. I singoli interessati hanno facoltà di esercitare i diritti loro riconosciuti dal D.Lgs. n. 196/2003 e successive modificazioni;
3. Titolare del trattamento dei dati è il Comune di Castellana Grotte in persona del suo Sindaco pro tempore che può nominare responsabile del trattamento il Responsabile del Settore che organizza l'iniziativa o l'evento in conformità della legge citata;
4. I dati sono trattati in conformità alle norme alle norme vigenti, dagli addetti agli uffici comunali tenuti alla applicazione del presente regolamento;
5. I dati possono essere oggetto di comunicazione e/o diffusione a soggetti pubblici e privati in relazione alle finalità del presente regolamento.

## **Articolo 12 - Aspetti fiscali**

1. Il valore dell'operazione di sponsorizzazione deve corrispondere al "valore normale", cioè il valore di comune commercio delle prestazioni oggetto del contratto che vengono permutate con la pubblicità commerciale.
2. Sia l'ente pubblico che lo sponsor devono emettere fattura, indicando il valore dell'intervento o della prestazione o della fornitura e ad assolvere tutti gli adempimenti previsti dalla normativa sull'I.V.A..

## **Articolo 13 - Riserva organizzativa**

1. La gestione delle sponsorizzazioni è effettuata secondo la disciplina del presente regolamento;
2. E' tuttavia facoltà del Comune, qualora lo ritenga più conveniente sotto il profilo organizzativo, economico e funzionale, affidare in convenzione l'incarico per il reperimento delle sponsorizzazioni ad agenzie specializzate nel campo pubblicitario.

## **Articolo 14 – Disposizioni finali**

Il Comune di Castellana Grotte è sollevato da ogni responsabilità civile e/o penale conseguente alle attività poste in essere dallo Sponsor incaricato. Ai sensi del combinato disposto dall'art. 10 delle disposizioni preliminari al Codice Civile e dell'art. 124 del D.Lgs.267/2000, il presente regolamento entra in vigore il quindicesimo giorno successivo alla pubblicazione all'albo pretorio on line del Comune di Castellana Grotte della deliberazione di Consiglio Comunale con cui viene approvato.

L'entrata in vigore del presente regolamento abroga ogni altra precedente norma regolamentare in materia di disciplina e gestione delle sponsorizzazioni.

\*\*\*\*\*